Jurnal Darussalam; Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam
Vol. XII, No 2: 147-156 April 2021. ISSN: 1978-4767 (Cetak), ISSN: 2549-4171(Online)
Terakreditasi Nasional. SK. No.36/E/KPT/2019

OPOSISI KOMENTAR UNGGAHAN INSTAGRAM @KUMPARANCOM (STUDI PADA INFORMASI LARANGAN PENGGUNAAN MASKER SCUBA)

Gamal Baser[1],*Harry Setiawan[2]
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau
basergamal00@gmail.com[1], *harry.setiawan@comm.uir.ac.id[2]
*Corresponding author

Abstrak

Unggahan informasi larangan menggunakan masker scuba di akun Instagram @Kumparancom mendapat respon tinggi dari netizen. Tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui oposisi dalam komentar unggahan informasi larangan penggunaan masker scuba di akun Instagram @Kumparancom. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori analisis isi kuantitatif, teori ranah publik, dan teori Oposisi oleh Stuart Hall. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Hasil yang ditemukan adalah komentar dari netizen sebanyak 58% dengan 105 komentar. Rata-rata, isi oposisi netizen dalam komentarnya menyatakan bahwa postingan informasi larangan penggunaan masker di Instagram @kumparancom tidak benar dan sengaja dilakukan dengan tujuan agar bisnis masker kesehatan kembali laris.

Kata kunci: *Analisis konten kuantitatif, komentar, opini, Instagram, Kumparan, maskerscuba*

Abstract

Uploading information on the prohibition of using scuba masks on the Kumparancom Instagram account received a high response from netizens. The purpose of the researchers conducting this research was to determine the opposition in comments on uploading information on the prohibition of using scuba masks on Instagram @Kumparancom. The research used quantitative content analysis theory, public sphere theory, and Opposition by Stuart Hall. The research method used is quantitative. The results found were comments from netizens of 58% with 105 comments. On average, the content of the opposition netizens in their comments stated that the posting of information on the prohibition of using scuba masks on the Instagram @Kumparancom was not true and was deliberately carried out with the aim of making the medical mask business sell out again.

Keywords: *Quantitative content analysis, comment, opinion, Instagram, Kumparan, scuba mask.*

Pendahuluan

Seiring perkembangan zaman teknologi saat ini digunakan manusia untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Dalam sebuah riset yang dilakukan Statista pada tahun 2015-2019, 185 juta pengguna internet tahun 2019 akan diprediksi berkembang hingga 256 juta pengguna di tahun 2025. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna internet masih akan terus berkembang dalam 5 tahun kedepan. Dalam internet terdapat *computer mediated communication* atau CMC, yang dimana penggunanya dapat melakukan komunikasi tanpa harus bertemu dengan pengguna lainnya. Hadirnya internet memunculkan jurnalisme online serta persaingan antara media konvensional dan media sosial dalam merebut perhatian khalayak. Persaingan tersebut dapat dianggap ikut menurunkan kualitas jurnalisme online (Wendratama, 2017: 3). Dalam media sosial bisa membuat semua orang memberikan opininya secara bebas yang juga disebut netizen. Netizen merupakan pengguna internet yang aktif dalam berkomunikasi, mengeluarkan pendapat, berkolaborasi di internet.

Habermas dalam bukunya *The Structural Transformation of The Public Spehere* (1989) mengemukakan sebuah Teori Ruang Publik *(Public Sphere Theory)* yang menjelaskan bahwa terdapat sebuah ruang komunikatif yang di dalamnya ide-ide dan informasi, dan opini sebagai bentuk penyikapan terhadap otoritas publik (Nasrullah, 2014: 104). Oposisi menurut Stuart Hall yaitu khalayak melakukan rumusan kembali dan membuat alternatif pesan.

Menurut *Google Trends* informasi yang sedang hangat diperbincangkan dan paling dicari di tahun 2020 adalah informasi tentang virus Covid-19. Dalam upaya untuk menekan jumlah korban virus Covid-19, satgas Covid-19 menerapkan protokol kesehatan kepada masyarakat dengan gerakan 3M, yaitu: menggunakan masker, mencuci tangan sampai bersih, dan menjaga jarak atau *physical distancing*. Peter Chin-Hong, spesialis penyakit menular *University of California San Fransisco* (UCSF) menyatakan bahwa dari gerakan 3M, yang terpenting adalah mengunakan masker. Badan Standar Nasional (BSN) mengeluarkan keputusan Nomor 407/KEP/BSN/9/2020 terkait standarisasi dalam menggunakan masker. Masker *scuba* dan *buff* merupakan jenis masker yang tidak sesuai standar SNI. KRL menjadi lokasi pertama yang melarang penggunaan masker *scuba* dan *buff.* Survey Kavin Von Abrams (2019), menemukan bahwa 94,2% mayoritas pengguna internet menggunakan media sosial. Berdasarkan riset Global Web Index (2019), 79% pengguna media sosial pernah mengakses Instagram dan akan bertumbuh sekitar 3% setiap bulannya.

Tabel 1.
Pengguna instagram tiap bulan Januari-November tahun 2020

No.	Bulan	Pengguna Instagram	Peningkatan
1.	Januari	62.230.000	
2.	Februari	64.020.000	0%
3.	Maret	64.020.000	2%
4.	April	65.780.000	3%
5.	Mei	69.270.000	5%
6.	Juni	73.760.000	6%
7.	Juli	73.739.000	0%
8.	Agustus	77.190.000	5%
9.	September	78.670.000	2%
10.	Oktober	81.630.000	3%
11.	November	81.770.000	0%
Rata-rata			3%

Source: NapoleonCat.com

Unggahan Instagram @Kumparancom mengenai larangan penggunaan masker *scuba* pada tanggal 15 September 2020 mendapatkan respon tertinggi dari netizen dalam 3 bulan terakhir dengan 21.861 menyukai dan 1.269 komentar.

Tabel 2.
Performa akun-akun media siber yang ada di Instagram tahun 2020

No.	Nama Akun	Followers	*Average Likes*	*Engagement Rate*	Average Comments
1.	@Cnnindonesia	1,6 jt	1545	1%	60
2.	@Kompascom	1,4 jt	1424	1%	79
3.	@Kumparancom	1 jt	3680	1%	180
4.	@Tribunnews	1 jt	332	1%	16
5.	@Tirtoid	982 rb	3320	1%	99

Source:Tanke.com

Berdasarkan temuan diatas, tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui oposisi netizen dalam komentar pada unggahan informasi larangan penggunaan masker scuba di Instagram @Kumparancom.

Landasan Teoritis

Computer mediated communication (CMC)

Computer Mediated Communication dapat memungkinkan penggunanya untuk melakukan komunikasi hanya dengan menggunakan alat-alat komunikasi

yang menyerupai atau berbasis komputer serta dapat dilakukan tanpa bertemu secara langsung satu sama lain.

Analisis Isi Kuantitif

Analisis isi kuantitatif menurut Berelson & Kelliger yaitu sebuah metode yang tujuannya untuk mendalami dan menganalisa komunikasi secara sistematik, objektif, dan kuantitatif (Kriyantono, 2020:157). Sedangkan menurut Krippendorf (2004: 105) menyatakan bahwa unit referensial ini sebagai unit kategoris, yang artinya jika terdapat kata-kata atau kalimat yang merujuk pada objek yang sama maka akan dihitung sebagai satu kesatuan (Eriyanto, 2011:75).

Teori Public Sphere

Habermas dalam bukunya *The Structural Transformation of The Public Sphere* (1989) mengemukakan sebuah teori ruang publik (*Public Sphere Theory*) yang menjelaskan bahwa terdapat ruang komunikatif yang didalamnya ide-ide, informasi dan opini sebagai bentuk penyikapan terhadap otoritas publilk (Nasrullah, 2014:16).

Habermas juga menyatakan bahwa semua ruang yang dapat memungkinkan adanya terbentuk opini dapat dikatakan sebagai ruang publik termasuk internet dan salah satu ruang komunikatif di internet yaitu kolom komentar. Habermas menyatakan bahwa terdapat tiga kriteria munculnya ruang publik. Pertama ketiadaan status ditandai dengan tidak adanya individu yang ingin masuk. Kedua aspek kepentingan bersama ditandai dengan banyaknya isu yang ada di media sosial umumnya adalah berbagai masalah yang menyangkut kepentingan individu maupun masyarakat di dunia nyata. Sedangkan kriteria ketiga, inklusivitas juga terdapat di dalam media sosial karena sifatnya sangat inklusif dan terbuka bagi setiap orang.

Oposisi

Stuart Hall dalam Simon During *The Cultural Studies Reader* (1999) menyatakan bahwa oposisi merupakan khalayak melakukan rumusan kembali dan membuat alternatif pesan, hal itu menandakan khalayak menerjemahkan pembacaan yang berlawanan terhadap pesan.

Media Sosial

Menurut Kaplan media sosial adalah sekumpulan aplikasi yang berbasis internet yang memungkinkan penggunanya dengan cara *mobile* dapat bertukar konten, yang juga dikenal sebagai *User Generated Content* (Liliweri, 2017:288). Media sosial juga mempermudah penggunanya dalam komunikasi dan berinteraksi.

Unggahan Informasi Larangan Penggunaan Masker Scuba di Akun Instagram @Kumparancom

Dalam unggahan informasi larangan menggunakan masker *scuba* yang diterapkan oleh KRL serta di unggah oleh Instagram @Kumparancom menyatakan bahwa tingkat efektivitas masker *scuba* sekitar 5%, Cuma memiliki satu lapis, dan bahannya yang tipis. Hal tersebut juga menyebabkan droplet menjadi lebih kecil dan menjadi lebih mudah untuk terban dan dari droplet tersebut yang dapat menularkan virus Covid-19. Dalam unggahan akun Instagram @Kumparancom tersebut juga menyarankan untuk menggunakan masker bedah yang memiliki efektivitas 80-95%. Dan masker bahan 2-3 lapis dengan efektivitas 50-70%. Unggahan tersebut mendapatkan respon tertinggi selama 3 bulan terakhir dengan jumlah menyukai sebanyak 21.858 dan jumlah komentar sebanyak 1.269.

Gambar 1

Unggahan akun Instagram @Kumparancom tentang informasi larangan penggunaan masker scuba tahun 2020



Source: akun Instagram @Kumparancom pada informasi larangan penggunaan masker scuba

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu berupa opini yang diberikan dalam komentar berkaitan dengan

informasi larangan penggunaan masker scuba pada unggahan akun Instagram @Kumparancom dan ada beberapa kriteria populasi, yaitu:

1. Komentar tidak hanya berupa *hastag*
2. Komentar tidak hanya berupa *emoticon*
3. Komentar tidak hanya berupa promosi pada *online shop*
4. Komentar harus berisikan kalimat yang berkaitan dengan opini larangan penggunaan masker scuba
5. Komentar bukan berupa komentar balasan dari komentar lainnya.

Dari kriteria populasi diatas maka didapatkan sebanyak 335 populasi. Penentuan jumlah sampel didapatkan melaui website *random.org* sebanyak 182 sampel yang akan diteliti dan diambil secara acak. berikut langkah-langkahnya:

1) Buka website random.org melalui bantuan browser yang ada.
2) Pada menu *list and strings and maps, oh my*!, klik *list randomizer*.
3) Masukkan data yang berupa komentar pada kolom part 1 yang tersedia.
4) Setelah dimasukkan data tersebut, klik *randomize* pada kolom part 2: *Go*!.
5) Kemudian website random.org akan menampilkan list data yang sudah diacak,
6) Peneliti mengurutkan komentar terartas yang diurutkan sesuai dengan jumlah sampel yang sudah ditentukan.

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis isi kuantitatif. Peneliti akan melakukan pengkodingan data, yang dimana data yang dimaksud adalah komentar pada unggahan akun Instagram @Kumparancom tentang informasi larangan penggunaan masker *scuba*. Pengkodingan dilakukan untuk mengetahui oposisi netizen dalam komentar.

Hasil

Jumlah Akun yang Berkomentar dan Oposisi pada Unggahan Informasi Larangan Masker Scuba

Akun Instagram @Kumparancom mengunggah informasi larangan penggunaan masker scuba dan tempat yang pertama kali menerapkan kebijakan larangan masker scuba adalah di KRL. Dari 182 sampel pada komentar terdapar 169 akun yang berkomentar dan 11 akun yang berkomentar lebih dari satu komentar, diantaranya yaitu:

Tabel 3.
Jumlah akun yang berkomentar lebih dari satu pada akun instgaram @kumparancom tahun 2020:

No.	Nama akun	Jumlah Komentar
1.	@emberuak	3
2.	@aapecaesar	3
3.	@ichsannv	2
4.	@a.r.c.d_	2
5.	@mirza_sitanuri	2
6.	@finkafandito	2
7.	@amrrahmadina	2
8.	@riezkyfajar	2
9.	Danywt	2
10.	@riady_idair	2
11.	@achmadfaridz1	2

Source: Komentar pada unggahan akun Instagram @Kumparancom pada informasi larangan penggunaan masker scuba

Selain 11 akun diatas, akun yang lainnya berkomentar satu kali pada unggahan informasi larangan penggunaan masker scuba di Akun Instagram @Kumparancom yang dimana terdapat 158 akun. Pada unggahan informasi larangan penggunaan masker scuba di akun Instagram @Kumparancom jumlah dan persentase pada oposisi dalam komentar yaitu 105 komentar dengan persentase 58%.

Oposisi 105 netizen melalui komentar pada opini tidak setuju unggahan informasi larangan penggunaan masker scuba di akun Instagram @Kumparancom. Isu utama dari komentar tersebut menyatakan bahwa tujuan dilarangnya penggunaan masker scuba agar bisnis masker medis meningkat kembali. Selanjutnya, terdapat banyak komentar yang meragukan atau tidak percaya terhadap unggahan tersebut.

Kumpulan komentar oposisi yang diberikan oleh akun-akun tersebut merupakan tindakan menolak pada otoritas publik dan yang membuat kebijakan tentang larangan penggunaan masker scuba adalah BSN atau Badan Standarisasi Nasional.

Penelitian ini mendapatkan kategori dengan frekuensi paling tinggi yaitu pada kategori oposisi dengan 105 komentar dan persentase sebesar 58%, kategori dengan frekuensi tertinggi kedua yaitu pada kategori dominan dengan 49 komentar

dan persentase sebesar 27%, dan kategori terakhir yang mendapatkan frekuensi terendah yaitu kategori negosiasi dengan 28 komentar dan persentase sebesar 15%.

Kategori dengan frekuensi paling tinggi didapatkan pada penelitian ini yaitu kategori oposisi. Oposisi merupakan khalayak melakukan rumusan kembali dan membuat alternatif pesan. Hal tersebut menandakan khalayak menerjemahkan pembacaan yang berlawanan terhadap pesan. Jika dikaitkan dengan penelitian ini khalayak yang memberikan komentar menerjemahkan isi pesan yang berlawanan terhadap pembuat pesan atau khalayak dalam komentarnya tidak setuju terhadap unggahan informasi larangan penggunaan masker scuba di akun Instagram @Kumparancom.

Pembahasan

Analisis isi pada Oposisi Komentar dengan menggunakan Teori Public Sphere

Penelitian ini menggunakan Teori *Public Sphere*, menurut Habermas dalam bukunya *The Structural Transformation of The Public Spehere* (1989) yaitu terdapat sebuah ruang komunikatif yang di dalamnya ide-ide dan informasi, dan opini sebagai bentuk penyikapan terhadap otoritas publik (Nasrullah, 2014:16).

Habermas juga menyatakan bahwa semua ruang yang dapat memungkinkan adanya terbentuk opini dapat dikatakan sebagai ruang publik termasuk di era milenial saat ini, ruang virtual salah satunya komentar yang ada di media sosial sebagai tempat untuk menyampaikan opini. Teori *Public Spehere* yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui opini yang relevan dan berkaitan didalam komentar terhadap informasi larangan penggunaan masker scuba pada unggahan akun Instagram @Kumparancom.

Habermas menyatakan bahwa terdapat tiga kriteria munculnya ruang publik. Pertama ketiadaan status ditandai dengan tidak adanya pembatasan individu yang ingin masuk, jika dikaitkan dengan penelitian ini pada komentar dalam unggahan informasi larangan penggunaan masker scuba di akun Instagram @Kumparancom, semua individu atau khalayak memiliki hak dan tidak ada batasannya untuk berkomentar pada unggahan tersebut. Kedua aspek kepentingan bersama ditandai dengan banyaknya isu yang terdapat di media sosial. Umumnya adalah berbagai masalah yang menyangkut kepentingan individu maupun

masyarakat di dunia nyata. Jika dikaitkan dengan penelitian ini maka unggahan informasi larangan penggunaan masker scuba di akun Instagram @Kumparancom menyangkut kepentingan bersama, karena saat Covid-19 melanda Indonesia sehingga masyarakat diharuskan menggunakan masker. Masker scuba merupakan masker yang populer akan tetapi terdapat peraturan yang melarang penggunaannya.

Sedangkan kriteria ketiga, inklusivitas juga terdapat dalam media sosial karena sifatnya yang sangat inklusif dan terbuka bagi setiap orang, jika dikaitkan pada penelitian ini unggahan informasi larangan penggunaan masker scuba di akun Instagram @Kumparancom terbuka bagi setiap orang untuk berkomentar pada unggahan tersebut tanpa terkecuali.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan kebanyakan komentar di unggahan akun Instagram @Kumparancom tentang informasi larangan penggunaan masker scuba berada di kategori oposisi. Faktor pertama khalayak berkomentar menyatakan bahwa adanya kebijakan tentang dilarangnya penggunaan masker scuba. Kebijakan tersebut dianggap mengandung unsur ekonomis, dimana dengan tujuan meningkatkan penjualan masker medis.

Faktor kedua khalayak berkomentar menganggap bahwa pemilihan kata masker scuba yang dilarang penggunaannya oleh akun Instagram @Kumparancom bertujuan untuk mendapatkan *engagement* yang tinggi. Faktor ketiga khalayak yang berkomentar menyatakan bahwa *droplet* mudah terbang dengan menggunakan masker scuba sehingga tidak efektif untuk mencegah virus Covid-19. Akuntabilitas akun @Kumparancom pada informasi larangan masker scuba yang dinilai rendah oleh khalayak. Selanjutnya isu yang muncul melalui komentar oposisi adalah anggapan bahwa pembuat pesan atau orang yang mengunggah informasi larangan penggunaan masker scuba di akun Instagram @Kumparancom merupakan pengusaha masker medis yang pemasukannya turun karena masker scuba.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa oposisi dalam komentar pada unggahan informasi larangan penggunaan masker scuba di Instagram @Kumparancom didapatkan sebesar 58% dengan 105 komentar. Dari oposisi yang ditemukan rata-rata isi komentarnya menyatakan bahwa unggahan informasi larangan penggunaan masker scuba di akun Instagram @Kumparancom

dianggap tidak akuntabel serta sengaja dilakukan supaya bisnis masker medis kembali laris.

Daftar Pustaka

Abrams, Kevin. 2020. https://www.emarketer.com/content/global-media-intellegence-2019-indonesia/ diakses pada tanggal 4 September 2020 pukul 06.30 WIB

Eriyanto. (2015). Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya. Prenadamedia Group: Jakarta

Kriyantono, Rachmat. 2020. Edisi Kedua. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Prenadamedia Group: Jakarta

Liliweri, Alo. 2017. *Komunikasi Antarpersonal*. Edisi Pertama. Kencana: Jakarta

Ludwianto, Bianda. 2020. https://m.kumparan.com/alasan-ilmiah-masker-scuba-dan-buff-dilarang-di-kereta-hingga-di-mall-di-indonesia/ diakses pada tanggal 4 Oktober 2020 pukul 20.00 WIB

Napoleoncat. 2020. https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/ diakses pada tanggal 13 Desember 2020 Pukul 19.00 WIB

Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Prenadamedia Group: Jakarta

Nurhayati, Hanadian. 2020. https://www.statista.com/statistics/numer-of-internet-users-in-indonesia/ diakses pada tanggal 4 Oktober 2020 pukul 06.00 WIB.

Nurhayati, Hanadian. http://www.statista.com/statistics/social-network-penetration-by-region/ diakses pada tanggal 2Oktober 2020 pukul 10.00 WIB

Prasasti, Giovany. 2020. https://m.liputan6.com/seberapa-efektif-penggunaan-masker-untuk-menekan penularan-covid-19/ diakses pada tanggal 10 Oktober 2020 pukul 22.00 WIB

Simanjuntak, Joshua, 2020. https://www.instagram.com/pCFKAuG5fi-s/?gshid=e45eseq5tsv0/s/ diakses pada tanggal 9 Oktober 2020 pukul 23.00 WIB

Tanke. 2020. http://www.tanke/instagram-engagement-rate-calculator/ diakses pada tanggal 2 Oktober 2020 pukul 09.00 WIB

Trends, Google. 2020. https://trends.google.com/ diakses pada tanggal 10 Oktober 2020 pukul 17.00 WIB

Wendratama, Engelbertus. 2017. *Jurnalisme Online*. B First: Yogyakarta.